



Άννα Μιχελή, Digital Marketing Coordinator, APIFON

## «Η πλατφόρμα της Arifon δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας αυτοματοποιημένων στοχευμένων καμπανιών»

**Πώς λειτουργεί η εταιρεία με τους συνεργάτες της στο e-Commerce, πως βελτιώνετε την επικοινωνία με τους πελάτες σας και τον καταναλωτή;**

Μέσω της πλατφόρμας της Arifon, οι επιχειρήσεις μπορούν να διευρύνουν την πελατειακή τους βάση, να δημιουργήσουν στοχευμένες καμπάνιες μηνυμάτων μέσω πολλαπλών καναλιών (SMS, RSC, Email, Viber) και να χρησιμοποιήσουν αυτοματισμούς για να αυξήσουν τα έσοδά τους, αλλά και για να βελτιώσουν της εμπειρία των πελατών τους.

Η πλατφόρμα διακρίνεται για τα πολλαπλά κανάλια επικοινωνίας, ενοποιημένα σε ένα web περιβάλλον - ο χρήστης δεν χρειάζεται να χρησιμοποιεί τρεις διαφορετικές πλατφόρμες για τις εταιρικές επικοινωνίες του, καθώς σε εμάς τα έχει όλα συγκεντρωμένα. Επίσης η πλατφόρμα της Arifon είναι GDPR compliant, ISO certified και οι υποδομές της φιλοξενούνται σε διαφορετικά και πιστοποιημένα συστήματα τεχνολογικών κολοσσών, όπως η Microsoft και η Amazon. Αυτή η δομή προσφέρει high availability για τους χρήστες της πλατφόρμας και scalability, όσον αφορά στην αύξηση των συνδρομητών των υπηρεσιών μιας εταιρείας.

**Πώς διασφαλίζεται μέσω της Arifon η επιτυχημένη επικοινωνία μεταξύ e-λιανεμπόρων και πελατών;**

Με τις λύσεις που προσφέρουμε, οι εταιρείες μπορούν να αυτοματοποιήσουν τη διαδικασία συλλογής νέων πελατών και ταυτόχρονα να σχεδιάζουν ελκυστικούς συνδέσμους για αυτούς τους νέους εν δυνάμει πελάτες τους χωρίς να απαιτούνται γνώσεις προγραμματισμού.

Στις δυνατότητες που προσφέρονται μέσω της πλατφόρμας είναι: αποστολή ερωτηματολογίου

ικανοποίησης πελατών μέσω μηνυμάτων, online πληρωμές, επαληθεύσεις στοιχείων λογαριασμού κ.ά. Επίσης μέσα από τα analytics, η παρακολούθηση και η βελτιστοποίηση των αποτελεσμάτων γίνεται εύκολη, ενώ ακόμα ευκολότερη διαδικασία αποτελεί η διασύνδεση με οποιοδήποτε σύστημα, χρησιμοποιώντας έτοιμο plugin ή API.

**Ποιο είναι το συγκριτικό σας πλεονέκτημα για τη βελτίωση του ROI;**

Η Arifon προσφέρει μια γκάμα υπηρεσιών που βοηθούν μια επιχείρηση να επικοινωνήσει με το κοινό της στοχευμένα. Αυτό σημαίνει ότι αντί να στείλει μια επιχείρηση μαζικά το ίδιο μήνυμα σε όλους τους συνδρομητές, η πλατφόρμα της Arifon της δίνει τη δυνατότητα να δημιουργήσει αυτοματοποιημένα στοχευμένες καμπάνιες, ανάλογα με τη συμπεριφορά του καταναλωτή και το αγοραστικό του ταξίδι. Εκτός από το μεγάλο «open rate», οι καμπάνιες είναι πιο άμεσες, αυξάνουν τη πιστότητα και έχει παρατηρηθεί ότι μπορεί να οδηγήσουν σε αύξηση της επισκεψιμότητας μέχρι και 300% σε e-shops. Έτσι οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν την πλατφόρμα της Arifon επιτυγχάνουν καλύτερο performance, μεγιστοποιούν τα αποτελέσματα των αποστολών τους και μειώνουν το συνολικό κόστος. Ενδεικτικά, γνωστό πολυκατάστημα στον χώρο των καλλυντικών, ένδυσης και υπόδησης, το οποίο χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες μας, κατάφερε το τελευταίο εξάμηνο με SMS/Viber καμπάνιες από την πλατφόρμα να πετύχει αύξηση στο penetration στη βάση των πελατών του περίπου στο 70% και από αυτό το ποσοστό, στο 98% υπήρξε κάποιο action, είτε πρόκειται για αγορά, είτε για επίσκεψη σε κατάστημα.

**Πώς βλέπετε να κινείται το e-commerce μετά την πανδημία;**

Το e-commerce είχε πολύ μεγάλη άνοδο τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα, η οποία επιταχύνθηκε περαιτέρω εξαιτίας την πανδημίας. Τα στοιχεία του ΣΕΠΕ δείχνουν ότι αυτή η άνοδος συνεχίζεται, καθώς τους πρώτους τρεις μήνες του 2021 οι online αγορές στην Ελλάδα αυξήθηκαν κατά 30%. Σε κάθε περίπτωση, παρά την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, υπάρχουν ακόμη αρκετά περιθώρια ενίσχυσης στην online αγορά. Σκεφθείτε ότι, ενώ στην Ελλάδα το ποσοστό εκείνων που πραγματοποίησαν online αγορές έφτασε το 2020 λίγο πάνω από το 50%, ο ευρωπαϊκός μέσος όρος κινήθηκε στο 72%. Οι εταιρείες εκτός από την παρουσία τους online, πρέπει να δομήσουν μια ευρύτερη στρατηγική για να ενισχύσουν το ψηφιακό τους αποτύπωμα. Ένα e-shop π.χ. από μόνο του δεν είναι αρκετό.

**Ποιες τάσεις βλέπετε να επικρατούν στο ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα στο πεδίο του marketing;**

Στο πεδίο του marketing στα online shops η βασική τάση συνδέεται με την αυτοματοποίηση και την προσωποποιημένη εξυπηρέτηση των πελατών, βάσει της αγοραστικής συμπεριφοράς τους. Η τεχνητή νοημοσύνη ήδη αλλάζει τα δεδομένα παγκοσμίως σε κλάδους όπως το Retail και την πρόβλεψη της αγοραστικής συμπεριφοράς. Ειδικά τώρα το business messaging μπορεί να αποτελέσει ισχυρό εργαλείο μάρκετινγκ, δεδομένου ότι έχει αλλάξει ο τρόπος με τον οποίο οι άνθρωποι αναζητούν υπηρεσίες και αγαθά στο διαδίκτυο. Πλέον, όλο σχεδόν το καταναλωτικό ταξίδι πραγματοποιείται στο κινητό και οι επιχειρήσεις παρακολουθώντας τη στροφή των χρηστών στα mobile κανάλια, υιοθετούν ενεργά business messaging υπηρεσίες και μοντέρνες καμπάνιες μάρκετινγκ.